

*“L’Economia dell’intelligenza. Machine Learning: il futuro del retail”  
Al Salone dei Tessuti a Milano, Netcomm e Google incontrano le  
aziende per parlare delle opportunità offerte dalle nuove tecnologie  
nel commercio digitale*

## **Nell’era dell’“everywhere commerce” la chiave della competitività è l’intelligenza artificiale**

*Il commento di Roberto Liscia, Presidente di Netcomm*

Milano, 13 febbraio 2020 - Il consumatore digitale oggi si aspetta lo stesso tipo di esperienza e gli stessi servizi, senza distinzioni tra online e offline: a confermarlo è la tendenza dei retailer italiani a digitalizzarsi sempre di più, garantendo un’offerta omnicanale. Lo dimostrano anche gli ultimi dati dell’Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail del Politecnico di Milano, secondo cui il 79% dei 300 principali retailer in Italia ha un sito di ecommerce.

Roberto Liscia, Presidente di Netcomm, il Consorzio del commercio digitale in Italia, presenta una previsione dello scenario che ci attende.

*“Il numero di consumatori online nel mondo è in costante crescita e si prevede che, entro il 2022, saranno più di 2,5 miliardi. A questo si aggiunge il fatto che gli utenti sono sempre più connessi, con oltre 4 miliardi di persone in tutto il mondo e più di 55 milioni in Italia. È proprio la costante connessione da mobile a modificare i paradigmi del consumatore, che si aspetta di poter accedere sempre più facilmente a prodotti e servizi personalizzati.*

*Siamo entrati in una dimensione che oggi possiamo definire **Everywhere Commerce**, dove il commercio elettronico si fa ovunque: dai social network, ai punti vendita fisici digitalizzati, fino alla trasformazione dei device in piattaforme di acquisto automatico attraverso l’IOT, in grado di interagire in modo automatizzato con il mondo dell’offerta. La **realtà virtuale**, poi, è in grado di intensificare sempre di più l’interazione con il cliente: la possibilità di vedere il proprio prodotto o servizio in anticipo grazie alle tecnologie di realtà aumentata o virtuale permette di coinvolgere sempre di più il consumatore. L’**intelligenza artificiale**, inoltre, sta consentendo di personalizzare e rendere sempre più autonoma la richiesta dell’acquirente: si pensi a quanto si sia amplificata l’umanizzazione della relazione digitale con il cliente grazie all’assistenza vocale.*

*Tra i vantaggi dell’evoluzione del digital retail, c’è anche un processo di **sintetizzazione dell’intera catena del valore**: grazie alle analisi predittive, infatti, il consumatore avrà accesso a prodotti creati da subito sulla base delle sue esigenze specifiche. E i benefici sono*

*strategici per tutta la filiera: consegne in tempi sempre più rapidi, diminuzione dei costi di gestione dei resi e, di conseguenza, di quelli legati alla logistica, fino alla diminuzione dell'impatto ambientale.*

*Per aggregare e interpretare rapidamente tutti i dati raccolti in ogni momento della relazione con il cliente, tuttavia, occorre implementare strumenti sofisticati come l'intelligenza artificiale. È proprio l'AI, infatti, la tecnologia chiave per la competitività delle aziende che intendono soddisfare le richieste imposte dal nuovo mercato e dal nuovo consumatore.*

*Per concludere, occorre sottolineare che la digitalizzazione del retail rappresenta oggi una grande opportunità, soprattutto per i negozi fisici, che possono servire il cliente attraverso gli stessi meccanismi dell'online, ma con un elemento di vantaggio che l'offline ha a disposizione: il proximity marketing. Integrando modelli di intelligenza artificiale applicate ai Big Data, è infatti possibile sapere quanto il cliente è vicino al punto vendita e quali sono i prodotti che rispondono meglio alle sue esigenze all'interno del negozio, permettendo così al personale di garantirgli un'esperienza totalmente personalizzata.”*

\*\*\*

#### **Netcomm**

Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce circa 400 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce e dell'evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori. Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico.

#### **Ufficio stampa Netcomm**

##### **Mirandola Comunicazione**

Alessandra Fulgoni - Marco Ferrario

[netcomm@mirandola.net](mailto:netcomm@mirandola.net)

[alessandra@mirandola.net](mailto:alessandra@mirandola.net) - [marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net)

349.4122999 - 320.7910162